



Difusión o divulgación de la ciencia universitaria ¿Qué estamos haciendo en la Universidad de Colima?

Yaret Nohemí Ramos Vallett

Palabras clave:

difusión, divulgación, profesionalización, lenguaje especializado, trabajo en equipo.

La ciencia y la tecnología están, cada vez, más cerca de nuestras actividades cotidianas y tal vez por ello ya no le damos la importancia que merecen. La mayoría de la población en México, sumergida en su rutina diaria, no sabe que científicos de nuestro país están trabajando en producir vacunas, en desarrollar abonos orgánicos y biológicos, en contrarrestar la contaminación de ríos y mares, entre otras muchas investigaciones que se están llevando a cabo en diferentes centros de investigación o universidades, ¿y para qué queremos que lo sepan, se preguntarán? pues yo les puedo mencionar tres posibles razones: una para desmitificar la figura del científico loco que sólo busca apoderarse del mundo con sus inventos, dos para saber que hay alguien que se preocupa por la humanidad y desde sus trincheras está luchando por mejorar el mundo y la tercera porque es nuestra labor como comunicadores, divulgadores, periodistas, reporteros, etcétera, informar a la población lo que se está haciendo en cualquier ámbito.

Pero no sólo es el hecho de informar, sino cómo se informa y quién lo hace. No es lo mismo que lo diga el investigador con sus propias palabras y tecnicismos a que nos lo platique un divulgador de una forma sencilla y amena.



Hay diferencias entre difundir y divulgar, para el conocido divulgador mexicano Luis Estrada Martínez, es frecuente emplear la palabra difusión cuando se hace referencia a la comunicación entre personas que conocen un campo, es decir, el intercambio de conocimientos entre personas agrupadas por motivos profesionales o por intereses específicos. Este es el caso de la difusión de las investigaciones entre biólogos, sociólogos, etcétera. Lo que caracteriza a este tipo de difusión es que presupone que el destinatario de un mensaje conoce el tema, aunque no sea un experto.

Mientras que la divulgación, según Antonio Pasquali, es *el envío de mensajes elaborados mediante la transcodificación de lenguajes crípticos a lenguajes omnicomprendibles, a la totalidad del universo perceptor disponible*, es decir la “traducción” a un lenguaje más sencillo y coloquial que pueda ser entendido por cualquier persona sin importar su nivel de preparación.

¿A quién le corresponde hacer esa labor de divulgación a los periodistas o a los científicos? En varios congresos de divulgación de la ciencia se ha tocado ese tema y no ha quedado muy claro, pero desde mi muy particular punto de vista y considerando lo expresado por Martín Bonfil: *“La barrera impuesta por el lenguaje científico entre el experto y el público general hace que, si se quiere poner el conocimiento producido por los científicos al alcance de este último, es necesario realizar una labor específicamente orientada a lograr dicho fin”*, puede hacerlo quien tenga el interés, el talento, pero sobre todo la preparación y la experiencia, para lograr estos tres componentes es necesaria entonces la profesionalización del divulgador científico, mediante un posgrado en el que se aborden sólo las cuestiones de cómo llevar esa información codificada a un terreno más comprensible para las grandes masas.



Al comenzar el segundo periodo rectoral de la actual administración en la Universidad de Colima se promovió dentro de los *Ejes para el Desarrollo Institucional 2009-2013*, la creación de un programa institucional de divulgación científica, permanente y sistemático, para promover una cultura científica entre la comunidad universitaria, sin embargo desde 2008 la Coordinación General de Comunicación Social de esta misma casa de estudios colimense ya había comenzado esa labor con un suplemento y un programa de radio.

El suplemento Conciencia informa sobre los avances, objetivos, resultados y beneficios que traerán a la sociedad las investigaciones que están realizando los más de 450 profesores-investigadores de la máxima casa de estudios del estado, se publica en el periódico universitario de circulación estatal, El Comentario, de cabeza en la contraportada para que parezca otra portada, esto con el fin de llamar la atención de los lectores, se escribe en lenguaje sencillo y a color.

3





Asimismo se cuenta con un espacio en la radiodifusora de la Universidad de Colima, donde se comenzó con un programa de media hora, en el que se entrevistaba al investigador, se incluían un sondeo entre la población y alguna dramatización para poner en contexto a los radioescuchas. Este formato se modificó y ahora se produce una cápsula radiofónica de trece minutos en la que se aborda el tema de la investigación de una forma más dinámica y atractiva, lo que conlleva una mayor producción.

Los desafíos para realizar ambos productos han sido varios: la complejidad del vocabulario utilizado por el investigador a la hora de la entrevista, su falta de interés por ver su trabajo publicado en un medio de comunicación universitario, aunque esto ha ido disminuyendo con el paso del tiempo, aún hay investigadores que niegan la entrevista, argumentando falta de tiempo, también nos hemos enfrentado a la apatía de los estudiantes de nivel superior por integrarse a la producción de dichos trabajos, a cambio de acreditar su servicio social o práctica profesional.

La falta de presupuesto elimina la posibilidad de contar con más recursos humanos para que apoyen en la elaboración del suplemento y de la cápsula radiofónica, por lo que sólo una persona se encarga de ambos hasta el momento, con lo que la calidad en ocasiones no es la esperada.

Pero no es el único esfuerzo que ha realizado la Coordinación General de Comunicación Social, pues de ella dependen la Dirección de Información que realiza entrevistas con investigadores premiados o reconocidos por algún proyecto y emite el boletín correspondiente que luego es enviado a los distintos medios de comunicación del estado;



la Dirección de Radio, donde se emiten diversas cápsulas de divulgación científica de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y de otras universidades del país; la Dirección de Televisión, donde se producen videos de algunas investigaciones que tendrán un alto impacto en la economía agropecuaria, pesquera o marítima del estado.

Ahora bien, a partir de la implementación de los mencionados *Ejes para el Desarrollo Institucional 2009-2013*, de la Universidad de Colima, se construyó en el organigrama de la Coordinación General de Investigación Científica (CGIC) la Dirección de Divulgación Científica, la cual hasta la fecha no está en funciones. La CGIC presentó dos proyectos de divulgación para radio pero no les dio seguimiento y no se concretaron por falta de tiempo.

La Universidad de Colima cuenta con varias revistas científicas arbitradas, en las que para poder publicar un artículo tienen que ser evaluados por un par académico y están escritos en lenguaje especializado. Dichas revistas no se venden al público en general, se distribuyen en la red de bibliotecas universitarias.

Todos los investigadores de la universidad han publicado sus trabajos en alguna de estas revistas, incluso en otras del país y de Estados Unidos; a consideración de la Coordinación de Investigación Científica esto es divulgación de la ciencia y es suficiente para dar a conocer su trabajo.

Considerando lo anterior entonces ¿a quién le corresponde divulgar el quehacer científico de la Universidad de Colima? ¿A la Coordinación de Investigación Científica, a la Coordinación de Comunicación Social junto con todas sus dependencias o a ambas?



Conclusiones

Se hace necesario que desde la Coordinación General de Investigación Científica de la Universidad de Colima, se conciba a la divulgación de la ciencia como un aspecto importante en el quehacer cotidiano de los investigadores. Que se considere, dentro de sus agendas, el desarrollo de una actividad de divulgación científica.

Los esfuerzos de divulgación son dispersos. Es necesario desarrollar proyectos de divulgación científica que tengan presencia mediática unitaria a partir de los medios de comunicación social universitarios, esto es, que un mismo proyecto se difunda en radio, prensa, televisión e internet, al mismo tiempo.

La Coordinación General de Comunicación Social de la Universidad de Colima deberá establecer relaciones de asociación con diversas instancias, principalmente con los esfuerzos que realizan otras universidades en lo relacionado con la divulgación de la ciencia, entre ellas la dirección General de Divulgación Científica de la UNAM, para entre otras actividades, plantear la creación de un posgrado netamente en divulgación de la ciencia.

Crear un programa de divulgación de la ciencia de la Universidad de Colima, el cual deberá contemplar acciones en los distintos medios del estado de Colima, así como con la Dirección de Ciencia y Tecnología del gobierno del estado.

Este programa de divulgación científica tiene que incidir en el nivel medio superior y más allá, en la propuesta de la divulgación científica en primarias y secundarias a través de diversos formatos como son brigadas estudiantiles, cuadernos de divulgación científica para primaria y secundaria, concursos de ensayo, obras de teatro, exhibición de ciclos de cine, visitas guiadas de alumnos de nivel medio, medio superior y superior, a los espacios de investigación científica de la Universidad y fuera de ella.



Es imperativo realizar análisis de tiempos y movimientos para definir las cargas de trabajo de los integrantes de las dependencias de comunicación social, para así definir la posibilidad de atender los aspectos de divulgación científica en tiempo y forma sin descuidar las actividades y coberturas cotidianas

Es conveniente que se presenten charlas a los investigadores acerca de la posibilidad de apoyarlos con material comunicacional, y, de haber el interés, organizar cursos breves y básicos acerca de redacción científica o cotidiana, elaboración de guiones y manejo de cámara, entrevistas radiofónicas, cápsulas informativas, etcétera.

Bibliografía

Bonfil Olivera, Martín, 2008, *Curso periodismo científico y divulgación*, México, DGDC-UNAM pp. 4

Pasquali, Antonio, 1970, *Comprender la comunicación*, Caracas, Monte Ávila, pp. 200-201